

Tesco nabízí cestovní pojištění a pojištění aut

Od 3. srpna si lze u společnosti Tesco Stores ČR sjednat pojištění automobilu nebo na cestu, a to po internetu nebo telefonem. Retailer bude oba druhy pojištění nabízet na základě registrace jako vázaný pojišťovací zprostředkovatel u ČNB. Jako jediný maloobchodník u nás nabídne zájemcům široký komplex finančních služeb (kreditní kartu, spotřebitelský úvěr a osobní půjčku) a pojištění. Nové finanční produkty vyvinula pro Tesco speciálně Direct Pojišťovna, která v ČR zastupuje RSA.

Česká republika je po Velké Británii, Irsku, Polsku, Thajsku a Koreji šestou zemí, kde Tesco nabídne pojištění. „Chceme zákazníkům nabízet nejen pohodlný a jednoduchý nákup pod jednou střechou, ale i nové služby. Věříme, že naše nabídka osloví široký okruh zájemců, a to zejména cenou a rozsahem pojištěního krytí, rychlostí vyplacení pojistného plnění a asistenčními službami. V porovnání s konkurencí průměrná výše pojistného při srovnatelném plnění u autopojištění Tesco může být až o 40 % nižší a u cestovního pojištění Tesco až o 59 % nižší. Sjednání pojištění bude propojeno i s věrnostním systémem Clubcard, aby zákazníci mohli v budoucnu využívat jeho výhody,“ říká Monika Labudíková, ředitelka marketingu Tesco.

„Při přípravě pojištění jsme navázali na spolupráci naší mateřské společnosti RSA a Tesco v zahraničí, a to zejména ve Velké Británii a v Irsku. Současně jsme Tesku nabídli své zkušenosti z on-line pojištění na českém trhu, kde je prostřednictvím internetu uzavřena téměř každá pátá autopojistka. To vše nám umožnilo připravit pro Tesco takové pojistné produkty, které velmi dobře reagují na potřeby jeho zákazníků,“ doplňuje Ján Čarný, generální ředitel Direct Pojišťovny.

Oba druhy pojištění bude Tesco nabízet ve třech balíčcích (Tesco Value, Standard a Finest), nastavených podle konkrétních potřeb zákazníků. Informační materiály jsou k dispozici ve všech obchodech a na čerpacích stanicích Tesco. Pojištění si lze sjednat na www.itesco.cz/pojisteni nebo prostřednictvím speciální linky 290 290 290.



Pivovar Strakonice mění název

Měšťanský pivovar Strakonice od 1. července změnil název společnosti na Dudák – Měšťanský pivovar Strakonice. Změna se dotýká i merkantilií (nové etikety, pivní korunky). Poslední měšťanský pivovar v ČR skončil v loňském roce ve ztrátě 916 tisíc Kč, která byla ovlivněna hlavně investičními náklady v celkovém objemu 19,9 mil. Kč. Celkový roční obrát činil přes 106 mil. Kč. S ročním výstavem 66 590 hl, který představuje meziroční pokles 5,3 % ve srovnání s celorepublikovým poklesem o 8,6 %, se výsledek výstavu pivovaru pohybuje nad celorepublikovým průměrem. Pivovar zároveň uvádí, že na trh nefiltrované pivo Sklepák v 1,5litrové plastové lahvi. „Uvedením nového piva v plastovém obalu posloucháme naše zákazníky a trh. Reagujeme tím na vzniklou poptávku,“ komentuje obchodní ředitel Marek Pohanka.



Finále Velké hry v NG Myslbek

Nákupní galerie Myslbek zakončila svou Velkou hru, v níž bylo možné získat „za pětistovku Fiata 500“. Finále se konalo v polovině června a kromě osmi výherců, kteří získali poukázky na nákupy a konzumaci v prodejnách a restauracích NG Myslbek, v něm byli vybráni dva finalisté pro duel, jenž rozhodl, který z nich křížený automobil získá.

Vítězek duelu putoval na konto nadace Slané děti (děti postižené cystickou fibrózou). Vítězi automobilu Fiat 500 srdečně popřála jak moderátorka Iva Pazderková, tak marketingová manažerka Nákupní galerie Myslbek Radka Kuchařová, která připomněla, že velká hra je prvním z narozeninových dáreků k 15. výročí Myslbeku, v rámci něhož chce nákupní galerie obdarovat své zákazníky a poděkovat jim za dlouholetou přízeň.



Časopis Regal je na Facebooku!

Od srpna s námi můžete mluvit a sdílet příspěvky i fotky přes Facebook Regal.

Těšíme se na vaši přízeň i zajímavé postřehy.

Dachser investuje 16 milionů eur

Mezinárodní logistický provider Dachser položil základní kámen nového logistického centra v Erlensee v Německu, do něhož investuje 16 mil. eur a vytvoří tak další kapacity pro trvalý růst v regionu poblíž Frankfurtu nad Mohanem. Na zhruba 47 tisících m² vyrostě cross docková hala o velikosti 6660 m², která umožní souběžné nakládání a vykládání až 68 kamionů, a dvoupodlažní kancelářská budova s asi 2000 m² užité plochy. Další plochy budou k dispozici pro budoucí růst společnosti. „Během loňska vzrostl počet zaměstnanců ve stávajícím logistickém centru Dachser Cargo City Süd o více než 50 %. Množství přepravovaného zboží se zdvojnásobilo a počet zásilek poprvé prorazil metu jednoho milionu ročně,“ říká Friedrich Wilhelm Wasser, manažer logistického centra ve Frankfurtu.

Nové centrum a výroby

Společnost Panasonic otevřela nové předváděcí centrum profesionálních zobrazovacích technologií v anglických filmových ateliérech Pinewood v Londýně, kde v současnosti funguje vysílací centrum Panasonicu. V centru budou vystaveny nejnovější zobrazovací řešení a aplikace – 3D zařízení, informační panely, studiové systémy s interaktivním ovládáním pomocí gest a podobně. Firma se také chystá výrazně posílit svou pozici v segmentu projektorů pro firemní klientelu. Ve spolupráci se společností Sanyo uvede na trh nový model PT-EX16KE a modelovou řadu PT-VX400E, které zákazníkům nabídnou špičkové technologie obou renomovaných značek.

App Store hlásí 15 miliard stažení

Společnost Apple začátkem července oznámila, že z jejího obchodu App Store bylo více než 200 milionů uživatelů zařízení iPhone, iPad a iPod touch z celého světa staženo více než 15 miliard aplikací. Obchod App Store nabízí přes 425 tisíc aplikací a vývojáři vytvořili více než 100 tisíc nativních aplikací pro iPad. „Během pouhých tří let se revoluční

(Pokračování na stránce 2)

Thajská kuchyně v Makru

Obchodní oddělení velvyslanectví Thajského království v Praze a společnost F.W.Tandoori připravují letos již podruhé pro zákazníky vybraných velkoobchodů Makro ochutnávky tradičních thajských pokrmů. Proběhnou od 29. srpna do 2. září 2011, vždy od 10 do 16 hodin: Makro Stodůlky, Makro Černý Most a Makro Průhonice. „Ve velkoobchodu bude instalován stánek v tradičním thajském designu, kde budou thajští kuchaři, za použití originálních thajských ingrediencí značky Exotic Food, připravovat přímo před zákazníky typické thajské speciality na elektrickém woku,“ říká Michal Feitl, výkonný ředitel, F.W.Tandoori.

Sázka na výrobky bez éček

Drůbežářský závod Klatovy, jako první český výrobce ve své kategorii, obohatil své portfolio o řadu výrobků bez přídavných látek, tedy bez éček. Dnes zahrnuje Kuřecí dětský párek, Kuřecí junior, Marinované kuřecí díly s kostí a bez kosti s příchutí brusinek, oliv, bylinek či švestek. Všechny tyto produkty jsou bez chemických konzervantů, stabilizátorů a barviv, kdy se při výrobě nepoužívá drůbeží separát. V současnosti navíc nese 16 výrobků označení značkou kvality KLASA. „V loňském roce jsme vyvinuli výrobky pro grilovací sezonu, jako jsou marinované kuřecí díly. Nejúspěšnější marinádou se stala Brusinková bez E a v letošním roce se nově zařazuje Švestková, Olivová a inovovaná Green Herbs,“ říká key account manažer Martin Baxa. „Výšší prodeje zaznamenáváme i u výrobků oceněných značkou kvality KLASA, která nám tak pomáhá propagovat kvalitní výrobky,“ dodává vedoucí oddělení jakosti Jan Krs. „Snažíme se také účastnit akcí pořádaných KLASOU, jako jsou například roadshow nebo veletrhy, a přiblížit tak prostřednictvím ochutnávek naše výrobky širší veřejnosti,“ uzavírá generální ředitel David Bednář s tím, že Drůbežářský závod Klatovy zaměstnává 480 osob v jednosměnném provozu a jeho roční obrát činí 1,7 mld. Kč.



Druhý ročník Čejkovických bylinkových slavností

Již podruhé v neděli 28. srpna od 12 hodin společnost Sonnentor, tradiční výrobce biočajů, biokoření a dalších bioproduktů se sídlem v jiho-moravských Čejkovicích, otevře své sluneční brány pro všechny milovníky bylinkových čajů.

„Kvalitu při výrobě čajů a koření garantuje samotný fakt pěstování v ekologických rodinných zemědělských farmách a velmi úzká, dlouhodobá a oboustranně výhodná spolupráce s místními ekozemědělci, kteří pro firmu bylinky a koření pěstují. Tím jsme schopni zajistit tu nejvyšší kvalitu i garantovaný původ výchozí suroviny, která je potom součástí jednotlivých produktů Sonnentoru. Věřím, že otevření našich provozů veřejnosti a seznámení s principy šetrného zpracování biosurovin a zajímavý doprovodný program bude pro návštěvníky slavností atraktivní podívanou,“ doplňuje Josef Dvořáček, ředitel, Sonnentor Česká republika.



První pivo, o kterém se rozhodlo v referendu

Nejrozsáhlejší hlasování o pivu v České republice ukončil pivovar Krušovice jednoznačným výsledkem: 97 % účastníků referenda prokazatelně potvrdilo, že pořádná krušovická Dvanáctka a Desítka opravdu chutnají. Na více než 300 místech ČR se vypilo 65 445 ochutnávkových třetinek. S výsledkem referenda seznámí Krušovice veřejnost prostřednictvím televizního spotu. „Rozhodli jsme se hrát otevřenou hru a nechat otestovat naše pivo v referendu, protože jsme věřili, že se opravdu povedlo. I tak ovšem výsledek předčil naše očekávání. Ukazuje se, že i ti, kdo ke Krušovicím přistupují s nedůvěrou, na základě vlastní zkušenosti mění názor,“ říká ředitel marketingu Heineken ČR Jiří Imrýšek.

Stále větší zájem o shopper marketing

Analýzy realizované na vyspělých trzích signalizují, že výdaje na shopper marketing rostou u výrobců spotřebního zboží i u retailerů tempem, které zdaleka přesahuje jiné marketingové výdaje. Loňská konference Retail in Detail/Shopper Marketing 2010, které se zúčastnilo rekordních 230 delegátů, potvrdila, že jde o téma žhavé i v našich podmínkách. S ohledem na vysoký zájem o toto téma se organizátoři rozhodli konferenci nadále koncipovat jako výroční, organizovanou pravidelně v září. Letošní ročník se uskuteční 27. září 2011 v pražském hotelu Olympik Artemis. Program bude zveřejněn začátkem srpna, již nyní však lze využít speciální nabídku pro Early Birds se slevou 25 %, která platí do 31. srpna 2011. Více na <http://shopper-marketing.retailinfo.cz/>.

Regal 8/2011

vyjde 17. 8.

V čísle mj. najdete:

- Okurková sezona
- Impulsní zboží
- Nebezpečné vozíky



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

(Pokračování ze stránky 1)

obchod App Store rozrostl a stalo se z něj to nejúspěšnější softwarové tržiště, jaké kdy spatřilo světlo světa,“ říká Philip Schiller, senior viceprezident divize Worldwide Product Marketing.

„Před třemi lety, kdy si uživatelé zařízení iPhone mohli vyzkoušet aplikaci Ocarina, jsme vytvořili hudební zázrak,“ dodává Ge Wang, spoluzakladatel společnosti Smule a profesor Centra pro počítačový výzkum hudby a akustiky na Stanfordské univerzitě. „A nyní, se zařízením iPad, jsme vytvořili aplikace Magic Piano a Magic Fiddle. Kdo by si pomyslel, že se iPad někdy dostane až do Sanfranciského symfonického orchestru?“

Nová pobočka na Islandu

DB Schenker Logistics otvírá novou dceřinou společnost na Islandu. Nová pobočka v Reykjavíku poskytne svým zákazníkům veškeré logistické služby a zároveň zkvalitní servis pro stávající zákazníky, kteří byli doposud odkázáni na služby partnerských firem.

Nová islandská pobočka je součástí globální sítě DB Schenker, která disponuje 2000 pobočkami ve více než 130 zemích světa. Hlavní důraz bude kladen na leteckou a námořní přepravu. „Hodláme zaujmout přední pozici v oblasti chladírenské logistiky se zaměřením na přepravu mořských ryb ze severního Atlantického oceánu,“ říká Ingvar Nilsson, generální ředitel společnosti Schenker North AB a regionální ředitel pro severní Evropu, který je zodpovědný za obchodní aktivity na Islandu.

Stock Prestige roste nejrychleji

Premiová vodka Stock Prestige je nejrychleji rostoucí vodkou na světě. Vyplyvá to z čerstvé zveřejněné žebříčku „Millionaires Club“ renomovaného britského časopisu Drinks International. Kromě titulu nejdynamičtější vodky na světě se Stock Prestige dokázala probíjet do elitní skupiny „milionářů“, tedy značek, jejichž prodeje za rok 2010 převýšily jeden milion devítiletových kartonů. Stock

(Pokračování na stránce 3)

E.ON Energy Globe Award ČR 2011

Třetí ročník soutěže E.ON Energy Globe Award ČR, označované také jako udělování „ekologických Oskarů“, má i letos sedm soutěžních kategorií: Země, Oheň, Voda, Vzduch, Mládež, Obec a Kutil. Porota vybrala v každé kategorii z 221 projektů tři nejlepší. Z nich vzešlo pořadí na 1. až 3. místě. Sedm vítězných projektů se utká o přízeň veřejnosti v internetovém hlasování, které bude probíhat do poloviny září na www.energyglobe.cz. O celkovém vítězi rozhodnou také diváci v sále a tříletná televizní porota při slavnostním vyhlášení, které proběhne 11. října ve Střešovické vozovně v Praze. Novinkou letošního ročníku je také vyhlášení tzv. Ceny eko energie. Hlavním iniciátorem soutěže je energetická společnost E.ON, partnera kategorie Voda představuje společnost Whirlpool ČR a 2. místo v kategorii Země obsadil jaroměřský první ekologicky šetrný obchod Tesco s nulovou uhlíkovou stopou v kontinentální Evropě.

Propojení chutí

Společnosti Emco a Sara Lee se spojily v rámci podzimního cross-proma. Zákazníci několika vybraných poboček obchodních řetězců Makro, Globus a Tesco v šesti českých městech budou moci ochutnat spojení prémiových značek Bahlsen (Emco) a Douwe Egberts (Sara Lee). Promo ochutnávký budou probíhat od 19. srpna do 8. října 2011. „Hledali jsme partnera, který by se hodil k prémiovým sušenkám Bahlsen. Při výběru jsme kladli důraz na prémiovost a vhodné doplnění sušenek. Proto padla naše volba na značku Douwe Egberts. Spojení sušenek a kávy se zde nabízelo v podstatě samo,“ uvádí Tereza Dvořáková, produktová manažerka značky Bahlsen.



Makro hlavním partnerem soutěže Vinař roku 2011

Soutěž Vinař roku si za osm let své existence vybudovala pověst kvalitní a uznávané soutěže vín v České republice se silnou podporou médií. Společnost Makro Cash & Carry ČR se stala hlavním partnerem letošního ročníku. Vinař roku je jediná soutěž vín v ČR, která každoročně zve do hodnotících komisí nejlepší degustátory světa, držitele prestižního titulu Master of Wine. Z několika set vzorků z celé ČR vybírá primární komise vína osmi vinařů, kteří postupují do finále. Titul Vinař roku a konečné pořadí v soutěži pak vychází z rozhodnutí Klubu degustátorů, jehož členy jsou české i zahraniční špičky v oboru. „Nabídka a prodej vína představuje pro Makro jednu z parádních disciplín. Domácí vinaře jsme podporovali prostřednictvím soutěže Makro Víno roku, která po sedmi úspěšných letech naplnila svoje cíle. Spojit naše jméno s tolik uznávanou soutěží, jakou je Vinař roku, představuje logické pokračování našeho odhodlání podporovat domácí vinaře,“ uvádí Stanislav Sekyra, vedoucí nákupu ultračerstvých potravin Makro C&C ČR. Makro plánuje soutěžní kolekce od vinařů, kteří obsadí první až třetí místo, zařadit od září do prodeje. Tuto nabídku vín bude komunikovat vedle letáků na prodejní ploše také v kompetenčním katalogu Víno, který vychází 1. září s platností do konce roku 2011.

Léto v barvách Nespresso

Společnost Nestlé Nespresso, výrobce prémiové porcované kávy, připravila novou variantu příslušenství Aeroccino pod názvem Aeroccino 3. Tento pomocník k přípravě kávových receptur je k dostání v černé, červené a bílé variantě. Toto samostatné prodejné příslušenství je určeno pro všechny milovníky kávy a mléčných kávových nápojů, kteří vlastní kávovar Nespresso bez zabudované trysky na mléko či bez konvičky Aeroccino na jedné platformě spolu s kávovarem. Aeroccino 3 je k dostání v uvedených barevných variantách v Nespresso Boutique, Pařížská 10, nebo na www.nespresso.com.



Káva s chutí, designem a rychlou přípravou

Společnost Sara Lee (značky Douwe Egberts, Pickwick) uvedla na trh nový kávovar Cafitesse Excellence. Kromě chuti a designu je produkt výjimečný rychlou přípravou kávy (espresso lze připravit do 6 vteřin, cappuccino do 12 vteřin). „S kávovarem se naučí zacházet opravdu každý, také čištění je velice snadné a rychlé,“ říká Jiří Havlíček, marketingový manažer, Sara Lee Czech Republic, Divize Douwe Egberts Coffee Systems. Zaměstnanci se tak mohou více věnovat zákazníkům, než aby se zdržovali s přípravou kávy na zastaralých přístrojích. Toto kávové řešení je ideální do hotelových provozů a do kanceláří, uplatnění najde i v dalších místech prodeje potravin a občerstvení. Více na www.decs.cz a www.coffeemanager.cz.

(Pokračování ze stránky 2)

Prestige přitom převzala štafetu nejrychleji rostoucí vodky na světě od další značky z produktového portfolia skupiny Stock Spirits Group. Za rok 2009 totiž stejný titul získala vodka Czysa de Luxe.

„Těší nás, že se mezi největšími světovými značkami prosazuje právě Stock Prestige. Značka Stock je totiž vnímána jako velmi úspěšná hlavně v kontextu České republiky. Méně se už ví, že Stock Spirits Group je mezinárodně uznávanou a dokonce nejrychleji se rozvíjející společností v branži lihovin,“ říká generální ředitel Stocku Plzeň Petr Pavlík.

OKI Printing Solutions zkracuje název na OKI

Divize japonské společnosti OKI zaměřená na tisková řešení oznámila změnu obchodní značky z OKI Printing Solutions na OKI. Od začátku června tak přebírá obchodní jméno mateřské společnosti, která působí celosvětově na poli telekomunikací a tiskových řešení.

Změna značky souvisí se snahou společnosti posílit hodnotu značky OKI využitím synergie všech divizí skupiny OKI na vysoce konkurenčním globálním trhu. V České republice a na Slovensku bude k rebrandingu docházet postupně a z formálního hlediska bude znamenat postupnou úpravu veškeré firemní komunikace včetně loga.

Personálie

- Novým výkonným ředitelem tuzemského výrobce ovocných destilátů, společnosti Rudolf Jelínek, se stal Richard Švéda. Přichází z Bochemie, kde působil jako ředitel divize spotřebního zboží pro trhy CEE. Předtím pracoval pro Plzeňský Prazdroj a Stock Plzeň – Božkov, kde byl ředitelem pro prodej a marketing.
- Robert Kubička odchází po sedmi letech ze společnosti Red Bull, kde působil jako marketingový ředitel pro Česko a Slovensko. Od 1. srpna nastoupil do společnosti Metsä Tissue, výrobce sanitárního a potravinářského papíru, kde bude řídit marketing pro celý region CEE.
- Společnost Intersnack rozšiřuje svůj marketingový tým o pozici junior brand manažerky. Od poloviny července ji zastává Michaela Berčíková, která se bude starat především o dětskou značku Pom-Bär, popřípadě další nové projekty. Přichází z obdobné pozice ve společnosti L'Oréal.
- Na post manažerky trade marketingu do firmy Granette & Starorežná Distilleries přichází Alena Bůžková. Dosud působila jako produktová manažerka ve společnosti Oleofin (dříve Setuza). Předtím pracovala několik let na úseku marketingu ve společnosti Makro Cash&Carry ČR.